

涉外政策速递

iTrade 国际贸易俱乐部
深圳市天地纵横企业管理顾问有限公司
2015年10月08日

目录

财政部政策动态	3
关于减征 1.6 升及以下排量乘用车车辆购置税的通知	3
行业动态	4
O2O 新政酝酿的 9 个质变	4
俄媒：近半数俄罗斯人视中国为俄主要战略伙伴	8
电商崛起引发物流需求 给物流业带来挑战和机遇	8
韩国启动在海关严格查处非法有害进口物品体系	9
2015 APEC（中国）中小企业峰会落幕，引发外贸转型新思潮	9
2015 中国(四川)电子商务发展峰会将于 10 月 15 日在绵阳开幕	11

财政部政策动态

关于减征 1.6 升及以下排量乘用车车辆购置税的通知

财税[2015]104 号

各省、自治区、直辖市、计划单列市财政厅（局）、国家税务局，新疆生产建设兵团财务局：

经国务院批准，现就减征 1.6 升及以下排量乘用车车辆购置税有关事项通知如下：

一、自 2015 年 10 月 1 日起至 2016 年 12 月 31 日止，对购置 1.6 升及以下排量乘用车减按 5% 的税率征收车辆购置税。

二、本通知所称乘用车，是指在设计和技术特性上主要用于载运乘客及其随身行李和（或）临时物品、含驾驶员座位在内最多不超过 9 个座位的汽车。具体包括：

（一）国产轿车：“中华人民共和国机动车整车出厂合格证”（以下简称合格证）中“车辆型号”项的车辆类型代号（车辆型号的第一位数字，下同）为“7”，“排量和功率（ml/kw）”项中排量不超过 1600ml，“额定载客（人）”项不超过 9 人。

（二）国产专用乘用车：合格证中“车辆型号”项的车辆类型代号为“5”，“排量和功率（ml/kw）”项中排量不超过 1600ml，“额定载客（人）”项不超过 9 人，“额定载质量（kg）”项小于额定载客人数和 65kg 的乘积。

（三）其他国产乘用车：合格证中“车辆型号”项的车辆类型代号为“6”，“排量和功率（ml/kw）”项中排量不超过 1600ml，“额定载客（人）”项不超过 9 人。

（四）进口乘用车。参照国产同类车型技术参数认定。

三、乘用车购置日期按照《机动车销售统一发票》或《海关关税专用缴款书》等有效凭证的开具日期确定。

四、购置符合本通知规定的车辆，已按全额缴纳车辆购置税的，多征税款可按有关规定予以退还。

五、新能源汽车车辆购置税政策按照《财政部国家税务总局工业和信息化部关于免征新能源汽车车辆购置税的公告》（财政部国家税务总局工业和信息化部公告 2014 年第 53 号）执行。

请遵照执行。

财政部国家税务总局

2015 年 9 月 29 日

行业动态

020 新政酝酿的 9 个质变



生于草莽日渐火热的 020 行业被上升到了国家政策导向层面，原本作为互联网领域中的一个新分支，越来越成为整个商贸流通业不能绕开的大趋势。昨日，国务院办公厅发布《关于推进线上线下互动加快商贸流通创新发展转型升级的意见》（以下简称“意见”），可谓力挺 020。北京商报记者发现，为 020 进行政策松绑，从国家层面提出发展指导方向，为行业发展提供资源支持之外，新政中还酝酿着商贸流通行业的 9 个质变。

1. 物流行业智慧化

《意见》指出，发挥互联网平台实时、高效、精准的优势，对线下运输车辆、仓储等资源进行合理调配、整合利用，提高物流资源使用效率，实现运输工具和货物的实时跟踪和在线化、可视化管理，鼓励依托互联网平台的“无车承运人”发展。

《意见》的出台给了“互联网+物流”最重要也是最渴望的一个名分。在云鸟配送 COO 何晓东看来，这相当于给了“互联网+物流”一个身份，而且相信大政策的出台也将带动更多细节政策。

中国物流学会特邀研究员杨达卿表示，在“互联网+物流”的探索上，中国市场比美欧市场更活跃，仅在去年底就诞生近 300 家物流版的“滴滴打车”，但一则创新企业存在政策瓶颈，如无车承运人不能开具发票等问题，在政策上得不到解决；二则，鱼龙混杂，行业乱象渐多。国务院这次政策，首次明确提出鼓励依托互联网平台的“无车承运人”发展，值得期待；规范发展政策的及早出台，也利于“无车承运人”市场优胜劣汰，打破混战局面。

此外，《意见》也在零售改革、技术创新等方面提到物流行业，并表示，要对农村传统商业网点升级改造，健全县、乡、村三级农村物流服务网络。苏宁方面表示，企业已加紧物流运营和产品创新，推进物流能力社会化共享。据了解，今年 4 月，苏宁“物流云”开始向第三方开放。

2. 农村电商现代化

农村电商迎来全方位、立体化政策支持。《意见》表示，要推动电子商务企业开拓农村市场，构建农产品进城、工业品下乡的双向流通体系，同时引导电商企业与农村邮政、快递、供销、“万村千乡市场工程”、交通运输等既有网络和优势资源对接合作。

在北商研究院特邀专家、北京商业经济学会秘书长赖阳看来，农村电商最主要的是解决了农业市场周期长、市场反馈滞后的现状。政策的支持也为农村电商的发展编织出一张全面支撑的大网。电商企业对农村市场垂涎已久。苏宁云商今年以来在全国开设近千家苏宁易购服务站，预计全年开设 1500 家。在苏宁看来，国务院推动农村电商也将为农村金融带来商机。此前，阿里巴巴 CEO 张勇在第二届县域经济高峰论坛上表示，发力农村电商不仅是谋求一个销售窗口，而是利用互联网在农村孕育新的生态系统。

3. 实体消费场景化

在“互联网+”的背景下，电商、O2O持续走热，实体店铺往往被忽视，《意见》则重申了实体店铺的重要性。《意见》指出，鼓励零售企业利用互联网技术推进实体店铺数字化改造，增强店面场景化、立体化、智能化展示功能，开展全渠道营销。即使在电商时代，实体店铺仍然值得关注，实体店的发展关键就在于实现数字化转型，这也是实体零售商转型发展的重要一环。

目前，线上线下融合的呼声越来越高，实体零售商为了发展，纷纷和电商合作探索O2O模式，推进全渠道布局。但在中商商业经济研究中心研究部主任姚力鸣看来，实体零售商仍然不够主动，电商和O2O模式对实体零售商的贡献比重偏低。互联网对实体零售商而言不是多一条渠道那么简单，它对实体零售业具有颠覆性的影响。实体零售商要做的不仅仅是布局线上和探索O2O模式，更重要的在于利用好互联网这个工具创新运营模式、组织模式，从根本上转变传统的发展模式。埃森哲调查显示，消费者中出现了“重返实体店”的迹象，与其他渠道相比，93%的受访消费者表示实体店购物“非常方便”。

4. 社区商业功能化

社区商业因“最后一公里”配送难、管理混乱、功能不齐全等而被诟病。《意见》明确鼓励中小实体店发挥靠近消费者优势，完善便利服务体系，增加快餐、缴费、网订店取、社区配送等附加便民服务功能，对社区商业价值给予了充分肯定。

北京商报记者了解到，大润发、物美、华冠等多家企业已展开社区商业市场布局。其中，华冠商业股份有限公司作为房山区的商业龙头，利用区域零售优势，在房山区千人以上大村和重点社区拓展便民店，并快速规范村镇、社区夫妻店，提供信息系统和商品配送服务。还采用自建、跨界合作、众筹等方式完善社区配套功能，形成集商业、自助金融、煤水电气代收代缴、信息、家政、修补、宅送、洗衣、快递代收代发、便餐、订购、送货等需求的社区智能终端生活服务功能集合体。

华冠商业总经理肖英表示，社区服务正日益成为实体零售商关注的重点。社区消费者的刚性需求（洗衣、理发、取餐等）和非刚性需求（鲜花、咖啡等）要求零售商完善配套服务体系，丰富互动服务项目。在《意见》的引导下，众多实体零售商将更加坚定地布局社区，引爆这一商业模式的价值。

5. 生活服务在线化

多数消费者越来越习惯足不出户享受上门服务。《意见》鼓励餐饮企业发展在线订餐、团购、外卖配送等服务，支持家政、洗染、维修、美发等行业开展网上预约、上门服务等业务。鼓励互联网平台汇聚线下实体的闲置资源，发展民宿、代购、合乘出行等合作消费服务。

包括饿了么、美团外卖等在线订企业曾因资质问题饱受质疑。事实上，第三方网络订餐平台还是个新兴事物，尚未有明确的监督管理办法。在美团看来，《意见》将有助于O2O企业获得更好的政策支持，促进行业健康、有序发展。

6. 产品开发个性化

政策鼓励下，线上线下互动的可穿戴、智能化商品市场成为深度开发对象。《意见》鼓励产品服务创新，鼓励企业利用互联网逆向整合各类生产要素资源，按照消费需求打造个性化产品。通过第三方电子商务平台与制造企业合作，利用电子商务优化供应链和服务链体系，发展基于互联网的装备远程监控、运行维护、技术支持等服务市场。

目前，智能产品的高端技术仍掌握在谷歌、苹果等外国公司手中，我国智能设备停留在基础层面，使得国产设备卖不出去，研发资金短缺，形成恶性循环。政府的推动将带动创业企业的孵化。

目前，京东已开放了众筹平台，为智能科技创业者提供技术支持和融资渠道，百余种智能设备投入了设计和研发。制造业可更好了解消费需求，减少压货、物流损耗、降低成本。平台能降低单价，获取更高的利润和消费群体。

7. 交易市场园区化

鼓励传统商品交易市场利用互联网做强交易撮合、商品集散、价格发现和信息交互。引导商品交易向电子商务园区、物流园区转型。鼓励线上行业信息服务平台向综合交易服务平台转型。

伴随我国城镇化进程不断加快，批发市场人流、物流聚集在城市中心，为城市交通、环境带来的压力骤增，批发市场疏解成为当务之急。

而上述新政为交易市场提出的转型方向便可以有效地解决上述矛盾，为批发市场疏解指明道路，未来网上批发交易平台或将成为新的转型趋势。

据北京商报记者了解，以北京“动批”为例，该区域包括世纪天乐在内的多个批发市场均在发力线上批发交易平台，但商务部电子商务专家咨询委员会专家委员赵萍指出，传统批发市场转型线上平台，将在流量、用户获取上花费大量人力、物力，难以持续。国家鼓励将线上行业信息服务平台转向综合交易服务平台，可有效增加线上平台在激烈的竞争中的存活概率，据了解，国内已拥有阿里巴巴旗下的1688、慧聪网、义乌购等多个线上批发交易平台。

8. 商圈消费智能化

国务院在《意见》中提出，将推进城市商业智能化，支持商圈无线网络基础设施建设，完善智能交通引导、移动支付、消费互动等功能。

北商研究院分析认为，互联网企业倒逼传统企业变革，推进商业智能化更有助于实体零售企业搭上移动互联网等新一代信息技术的快车。其实，此前早有阿里巴巴“喵街”、万达“飞凡”等一批企业率先尝试商业智能化改造。以喵街为例，基于用户所在位置，汇聚周边商场及品牌门店优惠打折和新品信息，提供WiFi、室内导航、停车找车等智慧逛街服务。阿里巴巴城市生活事业部总裁、喵街智能商业CEO马学军表示，商业智能化的体现不只是让消费者提前从网上购买一张优惠券到店消费，而是城市场景的全方面体现。帮助商户与消费者产生互动，既提高消费者的体验，同时帮助商户进行及时营销。

政策的出台将吸引更多的线上线下企业进行双线融合的尝试。在中购联购物中心发展委员会主任郭增利看来，几年前中国已经开始推动智慧城市的建设，现在这一信号被进一步强化，政策的导向作用将更加有助于企业的战略思路调整。从力度上来说，智能化商业的推动不再局限于单一职能部门，而是多部门交叉执行，可以看出国家对城市智能化建设的决心很大，企业还需要类似资金扶持以及放宽外部市场环境等措施的相继出台。

9. 国内外市场一体化

跨境电商火爆发展，虽频繁迎来政策红利，但物流、通关等问题依然是制约行业高速增长的巨大瓶颈。国务院办公厅昨日印发的《意见》中指出，将重点围绕“一带一路”战略及开展国际产能和装备制造合作，构建国内外一体化市场。深化京津冀、长江经济带、“一带一路”、东北地区和泛珠三角四省区（福建、广东、广西、海南）区域通关一体化改革，推进全国一体化通关管理。同时，建立健全适应跨境电子商务的监管服务体系，提高贸易便利化水平。

在小笨鸟跨境电商平台总裁刘寅看来，跨境电商近来火爆发展，上述政策既涉及到外贸出口，也涉及到因海外购物增加兴起的进口电商平台。在出口方面，由于京津冀、长江经济带、“一带一路”、东北地

区和泛珠三角四省区对外贸易发展不平衡，导致其通关流程管理水平、政策、甚至是速度都并不相同。相比而言，东北地区完全落后于泛珠三角四省区，国家提及区域通关一体化改革也为了提高落后地区的通关管理水平。在进口方面，由于各地通关水平不同，导致进口商品在通关速度、流程上存在较大差异。因此，推进全国一体化通关管理、推进国内外市场一体化对跨境电商发展作用巨大。

政策护航 支持企业上市融资

《意见》中提出，加大金融支持力度。支持线上线下互动企业引入天使投资、创业投资、私募股权投资，发行企业债券、公司债券、资产支持证券，支持不同发展阶段和特点的线上线下互动企业上市融资。支持金融机构和互联网企业依法合规创新金融产品和服务，加快发展互联网支付、移动支付、跨境支付、股权众筹融资、供应链金融等互联网金融业务。完善支付服务市场法律制度，建立非银行支付机构常态化退出机制，促进优胜劣汰和资源整合。健全互联网金融征信体系。

北商研究院特约专家、北京商业经济学会秘书长赖阳认为，O2O 企业融资难，主要是初创企业急需资金，但繁琐的融资流程导致融资周期长。一方面众多投资机构以美元投资，资本不能直接进入融资企业；另一方面高额投资可能带来融资企业的股权变更，也需较长变更周期。《意见》中提出支持这些企业融资上市表明，政府将采取一系列配套简化融资流程，方便企业融资，同时可能在将来降低 A 股创业板上市的准入门槛，方便初创企业上市。

审批政策追上市场

互联网企业盼的不仅是简政放权，更希望解决“互联网+”在审批环节中不匹配不联动、有空白等痛点，这些痛点往往造成审批时间延长，让相关企业错失市场机遇。《意见》提出要创新管理服务，坚持在发展中逐步规范、在规范中更好发展。注意规范方式，防止措施失当导致新业态丧失发展环境。创新管理理念、管理体制和管理方式，建立与电子商务发展需要相适应的管理体制和服务机制。

在赖阳看来，线上线下高度融合、商业的跨境融合、服务功能整合和网络平台化配置导致过去的规则存在一定的滞后性，如洗衣集约化整合不适应洗衣业行规、外卖不适应餐饮规则等。但新的政策法规却尚未跟上行业发展。用旧规范桎梏新兴企业发展，无异于削足适履，政府应该加快改革，让规则适应现在产业发展新趋势。以教育 O2O 为例，学生都在线上，但政策要求必须配备线下教学用地，这增加了企业负担，也浪费了资源。管理体系的优化有助于修正行业发展。

高新技术享财税优惠 40%

《意见》指出，充分发挥市场在资源配置中的决定性作用，突出社会资本推动线上线下融合发展的主体地位。同时发挥财政资金的引导作用，促进电子商务进农村。营造线上线下企业公平竞争的税收环境。线上线下互动发展企业符合高新技术企业或技术先进型服务企业认定条件的，可按现行税收政策规定享受有关税收优惠。积极推广网上办税服务和电子发票应用。

技术驱动下的商业模式创新层出不穷，对于新兴商业模式需要国家财税政策的支持与监督。以高新技术企业为例，根据高新技术企业税收相关优惠政策，经认定的高新技术企业，可执行 15%（认定前 25%）的优惠税率，税额减少 40%。如果初创型的 O2O 企业可以享受这一政策红利，可以发掘出更多的潜在经济效益。亿邦动力网首席知识官叶志荣表示，国家希望通过借助移动互联网带来的机会，用 O2O 的方式，让传统企业的经营方式向互联网经营方式转变，从提高企业效率的角度出发，规范电商市场。

来源：北京商报

俄媒：近半数俄罗斯人视中国为俄主要战略伙伴

9月30日报道俄媒称，俄总统国民经济与公共管理学院社会政治监测中心所开展的民调结果显示，近半数俄罗斯人将中国视为国家的主要战略伙伴，而将美国和德国视为敌对国家的人数出现激增。

据俄罗斯卫星新闻网9月30日报道，近半数俄罗斯人（46.3%）认为中国是主要的伙伴国，应与其发展科学、贸易和文化联系。32.6%认为中国是组建反国际恐怖主义联盟的最佳伙伴。与之相比，2004年只有7.6%的人主张与中国建立反恐联盟。

将美国和德国视为敌对国家的人数显著增多，持此观点者的比例分别从2004年的31.9%和6.3%升至目前的76.5%和27.6%。对德国看法的改变主要与德国支持美国对俄政策有关。

报道称，该民意调查于2015年9月18-24日在俄罗斯的30个联邦主体进行，1600人参与调查。本次调查的数据与此前采用相似方法所做的调查结果进行了对比。

来源：参考消息网

电商崛起引发物流需求 给物流业带来挑战和机遇



传统物流企业近年来普遍面临市场竞争加剧、行业整合洗牌、互联网冲击等压力，而电商崛起引发的物流需求更是给行业带来挑战和机遇，迫使各大物流企业尝试转变经营模式，通过诸如特许经营、加盟连锁等方式“跑马圈地”。

近日，民营物流企业天地华宇总裁邓***在上海宣布，将全面推进特许经营战略，引入特许经营模式，计划未来3年新开3000家特许经营门店。

邓***表示，“特许经营是当今物流企业的发展速度所需。”目前无论是快运还是快递，都无法达到网络全面覆盖，尤其是经济欠发达地方覆盖率不高，在这方面特许经营的优势就凸显出来。

除天地华宇外，国内民营物流企业德邦物流、佳吉快运也在布局加盟模式。德邦物流不久前推出了事业合伙人计划。佳吉快运也向外界开放了特许加盟模式。

不过，也有专家指出，传统物流企业推出特许经营，同时也面临风险和考验。一是管理上能否达到统一标准，如果分店做得不好，可能会影响公司的口碑和形象；二是地方经销商做大后，容易产生脱离公司管理的倾向等。

特许经营只是当前国内物流业转型升级的一个方向。商务部流通发展司、中国物流信息中心不久前联合发布的《中国商贸物流运行报告（2015年上半年）》显示，目前国内商贸物流发展与消费模式转型升级仍不匹配。在现实中，商贸物流发展相对滞后，物流能力跟不上消费模式升级步伐，配送效率、范围、质量还不能完全满足消费者需要。未来的商贸物流发展必须走大数据、智能化的技术路线，积极对接传统产业发展电子商务中的物流需求等。

来源：民营经济报

韩国启动在海关严格查处非法有害进口物品体系

韩国 KFDA 发表消息称，韩国行政自治部、海关、进口产品认证部门及检查机关等，于 23 日在仁川机场海关签订了合作检查协议，以此在通关过程中杜绝非法、有害物品的进口入关。

出席签订仪式的还有产业部（国家技术标准委员会）、环境部、KFDA、产品安全协会、化学物质管理协会等部门。

以往通关检查，仅限于书面上确认进口物品是否具备了相关部门的批准、许可等。所以在通关中查处非法、有害进口物品存在局限性。并且，进口物品流入国内后，检查管理费用高，市面上流通之后更难完全召回。

从今年上半年开始，关税厅、国家技术标准院、环境部间实施了试验性合作检查，结果查处非法不良儿童产品及电器产品 501 件、116 万个及 18 吨氰化钠等有害化学物质进口事例，取得了重大成果。

海关相关负责人称，进行合作检查，在现场可以迅速判定，加快了正常进口物品的通关速度，并且因低价不良进口物品而蒙受损失的国内制造企业，也大力支持合作检查。

负责协调各部门合作的行政部称，将与相关部门协商进一步扩大合作检查范围，目前合作检查仅适用于电器产品、儿童制品、有害化学物质、海外直购食品等有限范围。计划今年内把石棉产品纳入检查对象范围里，继续逐步扩大合作检查范围，2017 年将合作检查进口产品品种的 30%。

来源:食品伙伴网

2015 APEC（中国）中小企业峰会落幕，引发外贸转型新思潮



9 月 25 日，2015 APEC（中国）中小企业峰会暨广东省跨境电商高峰论坛在广州亚洲国际大酒店隆重举办，本次峰会经省商务厅批准，由敦煌网携手广东省电子商务协会共同举办。雨果网作为特约媒体也全程见证了盛况。

据悉，此次峰会通过深度剖析传统外贸转型，解读广东省当地跨境电商政策，深度剖析跨境电商生意经，最后把握传统外贸在“互联网+”时代的转型变革。出席会议的有敦煌网创始人兼 CEO 王树彤、广东省电子商务领域多位领导、专家以及公司负责人。其中，广东省商务厅电子商务处冷小燕和广东电子商务

协会会长胡伟权发表致辞时，对广东省的电子商务情况作出简要介绍，并表达了对未来发展的无限期许。

外贸转型是一种商业模式的创新

广州是跨境电商的全国重镇，在这里有着许许多多中小企业凭借互联网起步创业，他们有着非常强的专业优势，借助各个平台迅速融入全球市场。但同时，这个外贸重镇、百年口岸也聚集着中国大量优秀的传统制造型企业，近两年被电商企业抢了不少生意，转型和变革迫在眉睫。

但这个道理说多了大家都知道，却陷入了“不做电商是等死，自己做电商是找死”的尴尬境地。那么，传统制造企业又该如何突破呢？

商务部电子商务专家咨询委员会委员王健指出，所谓的外贸转型，更多地是理解为一种商业模式的创新。“全球市场经历了一场‘生态变革’，适应和淘汰中衍生出新事物。我们讲的创新也需要基因。银行是一项工业化的服务，并不具备这种基因，因此创业者应更多地与风险投资而非银行打交道。这个时代商业模式的变迁需要创新，而创新是需要不同商业的支持。”

这个创新的模式也在一点一点表现出几个趋势，王健总结了三点：第一是 B2C 逐渐向 B2B 过渡；第二是电子商务由交易到协同服务的转变；第三是中国的企业走出去，在海外建立经济合作区。

企业认同了新的商业模式之后，还应该重视并作出优化。不但是老板要重视，员工整体也要重视，而优化则涉及到人事，企业应懂得起用人才以适应这个新模式下的工作流程。此外，广交会电子商务有限公司的总裁雷霆还提出一个观点。他认为：“互联网不是企业的救命稻草，它只是一个销售或思维的手段，并不是唯一。很多企业把自己累积多年的最擅长的部分扔掉，从头开始做互联网，最终不伦不类，没有学会。”而在学习这个点上，如果实在学不精，雷霆则推荐了“代运营”的方式。

澳大利亚电商市场逐步兴起

本次会议还邀请到了澳大利亚贸易委员会驻扎广州支部的商务官员 Mr. Brent Moore，他为大家分享了澳大利亚电子商务的一些情况。澳大利亚是全世界排名前十的电商市场，澳洲人每年的网上购物总额超过 110 亿澳元，其销售额占传统零售的 6.6%。人们网购的理由有三：便利，价格适中，能找到想要的产品；直接从海外网购也是人们常见的一种习惯。此外，现阶段中国进口电商的飞速发展也促进了澳大利亚的经济发展。中国网民购买澳大利亚的产品达到 39%，基于这种巨大的需求，预计 2018 年总额会达到 160 亿澳元。澳洲的供应商往往会比较倾向跟一些能够直采的公司合作，而不是很希望以寄售这一类的形式进行交易。而澳元在近一年里面跌了近 30%，低汇率对澳大利亚出口产品也是一个非常吸引人的因素。

做电商全球化的弄潮者

广东省是“一带一路”的核心区，又有自贸区 and 临近港澳台的地理优势，以及优越的港口机场铁路设施，大背景下也是发展的大好时机。敦煌网创始人兼 CEO 王树彤在本次大会的演讲中提到：“全球贸易的革命已经进入 2.0 时代，我们看到了传统制造以产品为中心走向电商时代，以平台为中心，快速地进入以用户为中心的共享经济时代。”她坚信现在看到的许多大势所趋，实际上是来自十年前孤独的思考和实践，而未来十年的大势所趋也应来自于今天的思考和实践。

在本次峰会上，广东省电子商务协会和敦煌网还举行了“共建广东省跨境电商人才培训和创业孵化中心战略合作”的签字仪式。“在这个全球化和互联网风起云涌的时代，我们要做全球化起舞的弄潮者。”这是王树彤的期许，更是一种决心。

来源:雨果网

2015 中国(四川)电子商务发展峰会将于 10 月 15 日在绵阳开幕

今日，四川省人民政府新闻办公室召开新闻发布会，记者从会上获悉，由四川省人民政府支持，四川省商务厅、四川省经济和信息化委、四川省农业厅、四川省旅游局、四川省邮政局共同主办，绵阳市具体承办的 2015 中国（四川）电子商务发展峰会，将于 10 月 15 日至 17 日在绵阳科技城会展中心举办。

规模大规格高 电商大咖聚集一会一展多论坛

据悉，为落实“互联网+”国家发展战略，贯彻国家和四川省促进电子商务产业发展的政策措施，促进线上线下融合发展，推动实体经济创新、转型，扩大四川电子商务在全国的影响力，把四川打造成电商创新之域、创新之源，四川省政府决定举办“2015 中国（四川）电子商务发展峰会”。

四川省商务厅相关负责人介绍，本次峰会定于 10 月 15 日-17 日在绵阳科技城会展中心举办，会期 3 天。峰会以“创新改变格局，创意引领未来”为主题，将汇聚电子商务行业领军人物、知名电子商务企业和行业专家学者共商创新发展主题，共享创新、创业成果，着力打造国内电商品牌性盛会。峰会主要内容为“一会一展多论坛”。

“一会”即电子商务领袖峰会。此会是四川省一次高规格、大规模、务实性的电商报告会、培训会、动员会和对接会。届时，京东、苏宁、腾讯、百度、微软、唯品会等国内顶级电商企业领袖将到会并分享观点。

“一展”即电子商务融合展。该展是电子商务线上线下融合对接平台，设置知名电商企业前沿技术展区、电商“三创”基地展区、农村电子商务与“互联网+”农产品展区、跨境电商展区、智能商贸物流展区、大众创客空间展区 6 大展区。

“多论坛”即电子商务创新圆桌论坛、农村电商专场论坛、跨境电商专场论坛、互联网与传统企业蜕变分论坛、城市电商发展论坛、互联网金融、对接洽谈等专题论坛。亚马逊、微软、优步等全球电商巨头，以及当当网、敦煌网、韩都衣舍、洋码头、大龙网、汇通天下和四川 1919、中药材天地网、人人快递、易田电商、三泰电子等省内外知名电子商务企业高管将作演讲和互动交流。

三大馆区 300 多家电商参会对接 参展人数 2.2 万人

该负责人介绍，本次峰会是“互联网+”对接互动、线上线下相互融合、企业寻亲结对的平台，会期将举行电子商务融合展，设置“电商综合馆”、“地方特色馆”和“绵阳互动馆”三个馆区，面积 2.45 万平米，迄今已有国内外 300 多家知名电商企业、800 多家生产、商贸流通企业、万类商品参会对接，参会参展人数达 2.2 万人次。

“电商综合馆”面积 9600 平米，已有 300 多家知名企业参展对接，展览内容包括：一是电商重点企业展区，邀请省内外知名电商企业参展，搭建实体企业与电商企业对接平台，目前苏宁、京东、百度、淘宝、唯品会、搜狐、商派、银联、银商、顺丰、电信、移动等上百家知名电商企业已确认参展；5 家省内国家级示范企业、40 家省内创新企业已确认参展。二是基地展区，重点展示四川省 18 个国家级、省级电子商务示范基地、省级集聚区，提供相互学习交流和借鉴平台。三是电商进农村综合示范县展区，重点展示四川省 27 个国家级、省级电子商务进农村综合示范县成果及优秀农村电商企业。四是跨境电商展区，重点展示跨境电商企业发展成果。五是电商配套展区，重点展示我省物流、金融、软件、运营等优秀电子商务配套企业。六是电商创客空间，重点展示电子商务“三创”（即创新、创意、创业）模式新颖企业。

“地方特色馆”面积 7300 平米，省内长虹、五粮液、红旗连锁等企业，以及中江挂面、攀枝花芒果、安岳柠檬、通江银耳、青神火烧木和竹编、阿坝羌秀、彝族漆器等 20 个市州的地方特色产品，以及江豆网、资阳大众网、食哈哈、哈哈农庄等区域性平台共计近 460 家企业参展对接。

“绵阳互动馆”面积 7600 平米，丰谷、天泰、毅德等 350 余家制造、农业、服务业和外贸企业参展对接、促进融合上线运营。通过线下特色展示，促进 B、C 馆线下企业、产品与 A 馆电商企业融合对接、推进 O2O 创新发展。

来源:四川新闻网(成都)



天地纵横--国际贸易全流程综合服务顾问
iTrade俱乐部--多维服务型国际贸易服务平台

海关|税务|外汇|商检|工商|外经等专项服务

涉外政府服务&政策研究	常年涉外综合服务顾问
企业信用认证 (AEO) 辅导	贸易安全体系辅导
外贸运营模式筹划	保税&减免税业务筹划
外贸综合服务平台运营	跨境电商运营筹划
海关预归类服务	供应链&贸易金融筹划

内容编辑：天地纵横顾问组
网站支持：<http://www.mbase.org.cn>
电话号码：0755-83274529
传真号码：0755-61673732
服务邮箱：service@mbase.org.cn